

ロードマッピング・アプローチがプロダクト・イノベーションに与えるインパクトの分析及び比較研究

王 蕾

キーワード：ロードマップ、ロードマッピング、プロダクトイノベーション、ファンクション、分類、比較研究。

旅人がある特定の目的地に着くために、地図によって道を選ぶ。ロードマップは、科学、技術開発及び製品開発などの領域に関する地図として、政府、企業、産業界で広く使われるようになってきた。ロードマッピング・アプローチは技術と市場を統合する戦略策定、および技術マネジメントのための実践的な方法論とみなされ、近年注目を集めている。

本研究では、ロードマッピングアプローチが企業に与えるインパクトについて三つの方面から解明した。

本研究の第一の目的は、ロードマッピングアプローチ及びそのプロセスは、技術主導の企業におけるプロダクト・イノベーションに対してどのような貢献ができるかを論議することである。まず、ロードマッピング・アプローチが備えている多様なファンクションを解明し、細分化されたプロダクト・イノベーションプロセスの各段階に与えるインパクトを分析した。この分析により、ロードマッピングプロセスは、多様なファンクションによりプロダクト・イノベーションの各プロセスに貢献できることが明らかになり、ロードマッピング・プロセスが動的にイノベーションを支援できることが判明した。

また、本研究の第二の目的として、今まで存在している企業の枠組み内で行われたロードマッピング活動と、多様なロードマップの特徴を明らかにした上で、ロードマップの分類を行った。この分類はロードマッピング・アプローチに関心ある企業にとって有用な情報提供となっている。

本研究の第三の目的は、ロードマッピング・アプローチに関心がある日本企業にこの質問に対する情報を提供することである。近年、日本企業のロードマッピング・アプローチに対する関心はますます高まっているが、ロードマッピング・アプローチは従来の経営手法と何が大きく違うのか、という質問がよく出る。そこで、本研究では比較研究を行い、ロードマッピング・アプローチと従来の経営手法（QFD、シナリオ・プランニング）との違いが明らかにし、さらに各方法に適切なコンテキストについても議論した。

以上三つの面からの議論を踏まえ、最終的には結論としてまとめ、さらに企業に参考になる提案をした。

本研究では、理論的と実践的な意義がある。新たな研究かつ実践分野として、色々な注目を集めているが、理論的な体系はまだ形成されていない。文献調査を行い、ロードマッピング手法とその実践に関する文献を整理する。文献とアンケート調査に基づき、独特な分析、分類及び客観的比較研究を行うことは、理論的に、ロードマッピング方法論を建てるための欠かせない努力であるが、実践的に、ロードマッピング・アプローチに関心ある企業にとって有用な情報提供となっていると考えている。